enterprise europe network

Servicii de consultanță la dispoziția întreprinderii dumneavoastră

Primul contact cu clientul si lucrul cu IMM-urile locale
Transfer tehnologic transnational

Gabriel Vladut

Ro4Europe

ro4europe

IPA SA CIFATT Craiova

European Commission
Enterprise and Industry

cip competitiveness and innovation framework programme 2007-2013

Subiecte

Primul contact cu clientul

- Vizitarea companiei, Strângerea de date, Întâlniri față-în-față,
- Răspândirea mesajului, Servicii pe termen scurt; Post vizite, Follow-up
- Auditul Companiei / Plan de Acțiune; Raport de vizită,
- Obiective si rezultate

Lucrul cu IMM-urile locale

- Atragerea noilor clienți, Dificultăți şi metode de a le depăşi,
- Motivarea IMM-urilor.

Transfer tehnologic transnational

- Pasi, strategii
- Cazuri de succes, Best practice
- Evenimente, brokerage, misiuni economice
- Eveniment suport - Assistant

Incercari - Impactul inovării pe piață

- Clustere, Centre de afaceri, politici regionale,

Rezumat

Această sesiune vă ajută să obțineți cele mai bune rezultate într-o perioadă scurtă de timp, de la o companie, în decursul unei vizite.

- Competitivitatea este un concept ce exprimă abilitatea persoanelor, companiilor, economiilor, regiunilor în a obține beneficii economice, in termeni de mediu specific de afaceri, rezultând într-o creştere constantă în productivitate şi standard de viață.
- Când întrebați un manager despre afacerea lui şi factorii de influență, nu mulți realizează că, oarecum, prin omiterea sau diminuarea rolului inovării, dau la o parte cel mai important instrument de dezvoltare al companiei pe care o dețin.
- Fie că vorbim despre dezvoltarea sau promovarea unor afaceri, produse sau servicii noi, sau despre identificarea celor mai eficiente metode deja existente de realizare, inovarea aduce valoare adăugată unei organizații. În acelaşi timp, permite întreținerea şi îmbunătățirea cotei de piață. Din acest motiv ne adresam firmelor cu valoare adaugata mare pe piata (produse si servicii).

Primul contact cu clientul

- Vizitarea companiei, Strângerea de Informații
- Întâlniri față-în-față
- Răspândirea mesajului, Servicii pe termen scurt
- Post vizite, Follow-up
- Auditul Companiei / Auditul Tehnologic
- Planul de Acțiune
- Analiza SWOT
- Raport de vizită, Obiective şi rezultate

1. Scopul vizitei la companie

Primul contact cu clientul; Definiție

Aceasta este o vizită a unui membru EEN la locația unei companii. În mod normal întâlnirea durează o oră şi este ținută cu managerul sau reprezentantul de marketing al companiei.

Crearea Clienților

- Vizita la o companie oferă prima oportunitate în a vinde conceptul EEN direct companiei şi începerea procesului de transformare a unui contact într-un client.
- Importanța vizitei la companie nu trebuie subestimată.
- Dacă nu sunteți bine pregătit şi compania nu este impresionată, se poate să nu mai beneficiați pe viitor de o altă oportunitate de recrutare şi tot ceea ce ați întreprins până la un anumit moment să fie pierdut.

Utilă Companiei?

- Vizita este o bună oportunitate de a afla dacă compania va beneficia din utilizarea serviciilor EEN.

2. Transmiterea mesajului

Majoritatea companiilor, în special IMM-urile, întâlnesc în mod regulat organizații ce promit să le sprijine şi să le asiste. Companiile au tendința de a ignora majoritatea acestor oferte deoarece nu sunt sigure că aceste promisiuni le vor fi îndeplinite.

Ajutor nu sfat: Majoritatea companiilor nu au nevoie de sfaturi ci de ajutor.

Servicii nerealiste: Multe organizații suport promit prea multe şi apoi nu se pot ține de cuvânt. Personalul EEN ar trebui să fie realist când lucrează cu companii.

Produs şi nu client: Multe organizații încearcă să potrivească clientul cu un anumit produs pentru a-şi atinge scopul. Scopurile sunt importante şi se pot îndeplini prin servicii de calitate, utile companiei.

Servicii pe termen scurt: Multe organizații suport doar recrutează companii pentru a-şi îndeplini o anumit scop şi apoi le abandonează. Această abordare este fundamental eronată. Se estimează că se necesită de 7 ori mai mult timp să se găsească noi clienți decât să se păstreze cei existenți. Trebuie arătat că sunteți interesați în dezvoltarea unei relații pe termen lung.

3. Cine trebuie să ia parte la vizita la companie?

- Ideal este ca un ofițer de proiect EEN care se ocupă cu consultanța în afaceri şi cereri să ia parte la vizita la o companie.
- Fără această legătură directă între EEN, rețea şi companie, procesul de transfer de cunoştințe/consultanța este mai puțin eficient.
- Cea mai bună cale de a transforma un potențial client într-un utilizator regulat al serviciilor EEN este de a crea o strânsă legătură personală bazată pe încredere, calitate a serviciilor, profesionalism şi oferirea unui serviciu eficient.
- Acest tip de relație nu poate fi construit pe un termen scurt.

4. Pregătire pre-vizită

Pregătirea terenului

- Înainte de a face o vizită la o companie trebuie mai întâi să se cunoască compania şi sectoarele în care activează.
- Majoritatea acestor informații pot fi adunate din materialele publicitare ale companiei şi de pe website, dacă are unul disponibil.
- Este foarte importantă înțelegerea afacerii companiei. Trebuie să arătați că îi înțelegeți necesitățile cât şi faptul că aveți soluții în beneficiul ei.

Trebuie să vă asigurați că există un pachet de informații pe care îl puteți da companiei. Pachetul de informații ar trebui să includă:

- O broşură EEN, de preferat care să conțină o hartă a rețelei.
- Exemple de profile adecvate, relevante unui anumit sector, BO/BR sau TO/TR
- Exemple de poveşti de succes, preferabil cele ce includ EEN–ul local, cu beneficii economice definite. Informații legate de alte servicii EEN.

5. În timpul vizitei –“vinderea” imaginii Rețelei

Prezentarea rețelei EEN trebuie standardizată şi trebuie folosite elemente vizuale cum ar fi slide-uri si proiectoare. Prezentarea rețelei ar trebui să evidențieze următoarele puncte:

- Rețeaua constă în 600 centre din 40 țări.
- Este cea mai mare rețea de afaceri şi de export import de tehnologie din lume.
- Scopul este de a ajuta companiile în a-şi exporta tehnologiile inovative.
- Scopul este de a ajuta companiile în a importa tehnologii inovative.
- Definiția unui IMM.
- Serviciul este gratuit.
- Serviciul este confidențial.
- Serviciul este rapid, profilele de tehnologie sunt trimise către rețea în 24 ore de la trimiterea lor către CU.
- O descriere a altor servicii ce pot fi furnizate incluzând auditurile tehnologice, evenimente de brokeraj, misiuni.

5. În timpul vizitei – strângerea de informații

Vizita la companie oferă cea mai bună oportunitate de a afla informații legate de produsele, procesele si tehnologiile companiei. Trebuie să includă:

- Numele persoanei de contact pentru corespondențe viitoare.
- Detalii de bază legate de companie: număr de angajați, data înființării, cifră de afaceri aproximativă.
- O descriere a ceea ce face compania, a ceea ce produce sau serviciile pe care le furnizează; procesele/ tehnologiile pe care le foloseşte.
- Pieţele sau sectoarele pe care le aprovizionează sau în care lucrează.
- O evaluare a stilului inovator al companiei.
- Ar avea beneficii din folosirea rețelei EEN?
- Dacă o tehnologie este oferită este ea nouă sau este o tehnologie existentă aplicată într-o nouă manieră? A fost testată?
- Ce tip de partener caută compania? Industrial, academic, financiar? Ce se cere de la acest partener? Mai multă cercetare, producție sub licență, un joint venture?
- Ce resurse (oameni, timp, bani) poate oferi compania.

5. În timpul vizitei – Angajamentul Companiei

Angajamentul companiei este o problemă fundamentală, deoarece fără implicarea rețelei EEN ea nu poate funcționa eficient.

- EEN trebuie să pună compania să semneze câteva acorduri, ***Anexa 2: Compania & Angajamentul EEN,*** conține un exemplu. Dacă compania este interesată în utilizarea rețelei atunci EEN trebuie să-i evidențieze ceea ce trebuie să respecte:
- Să răspundă prompt la chestionare; să furnizeze extra informații.
- Să negocieze cu alte companii; să divulge informații confidențiale.
- Să mențină EEN-ul local informat despre toate companiile/discuțiile cu companiile.

EEN evidențiază ce servicii va furniza. Contractul de angajament va evidenția obligațiile EEN. Poate include:

- Producerea şi promovarea unui profil/profil tehnologic
- Cautarea şi potrivirea oricăror răspunsuri din rețea pentru a se asigura că ceea ce primeşte compania este de ajutor.
- Actualizări lunare regulate asupra progresului legat de un profil tehnologic.

6. Post vizită

O vizită de succes la o companie va transforma un contact într-un client. Destulă informație va fi fost deja strânsă pentru a permite:

- Producerea unui profil/profil tehnologic.
- O evaluare a unui eventual câştig al companiei prin intrarea în rețeaua EEN, evaluarea necesitatilor si oportunitatilor.
- Un BO/BR sau TO/TR trebuie trimis în rețea şi dacă o expresie de interes rezultă este destul cunoaşterea poziției companiei pentru a face o evaluare a unui EOI adecvat.
- Orice viitor BO/BR sauTO/TR sau activitățile rețelei trebuie corelate cu nevoile sau expertiza companiei.
- EEN trebuie să se asigure că informația strânsă în timpul vizitei este introdusă în baza de date. **Anexa 1** conține un exemplu al unui formular de raport după o vizită standard la o companie.

Follow-up: EEN trebuie să contacteze compania la 2 săptămâni după întâlnire şi în mod regulat la un interval de 3 luni, dacă compania rămâne interesată de serviciile EEN.

7. Rezultate

Vizita la companie are patru posibile rezultate:

- Vizita va deschide calea EEN în a furniza servicii companiei (sprijin de afaceri, audit tehnologic, etc)
- Vizita va permite EEN să identifice ofertele şi nevoile de afaceri sau de tehnologie şi va produce profile de BO/BR sau TO/TR.
- Compania poate nu este pregătită să folosească rețeaua EEN, totuşi detaliile legate de aceasta pot fi stocate pentru referință viitoare.
- Vizita va confirma că această companie nu va beneficia de utilizarea serviciilor EEN. Dacă acesta este cazul EEN va trebui să orienteze compania către alte organizații.

8. Auditul Companiei / Auditul Tehnologic

- De la primul contact explicați că auditul companiei **NU ESTE** un audit financiar.
- Un audit este doar un rezumat sistematic al unei companii, a procedurilor acesteia şi cât a performanței (puncte forte şi puncte slabe).
- Informația strânsă în timpul unui audit poate fi folosită pentru a dezvolta propuneri concrete pentru acțiuni viitoare. Auditul este legat de strângerea de informații pentru a permite companiei să aibă o imagine de ansamblu, un lucru pe care nu are timp să îl facă singură.
- Un audit se axează pe starea unei companii în a face afaceri/ în a oferi tehnologii.
- Pentru rețeaua EEN un audit este în general folosit pentru a identifica capacitatea unei companii de a realiza planul de afaceri/servicii, al propriilor tehnologii inovative, procese şi expertiză, cât şi evidențierea zonelor de nevoi, unde soluțiile inovative sunt necesare.
- Se axează pe identificarea nevoilor ce pot fi îndeplinite de către rețea, în principal prin exploatarea sau implementarea tehnologiilor inovative.

Structura unui Audit al Companiei / Audit Tehnologic

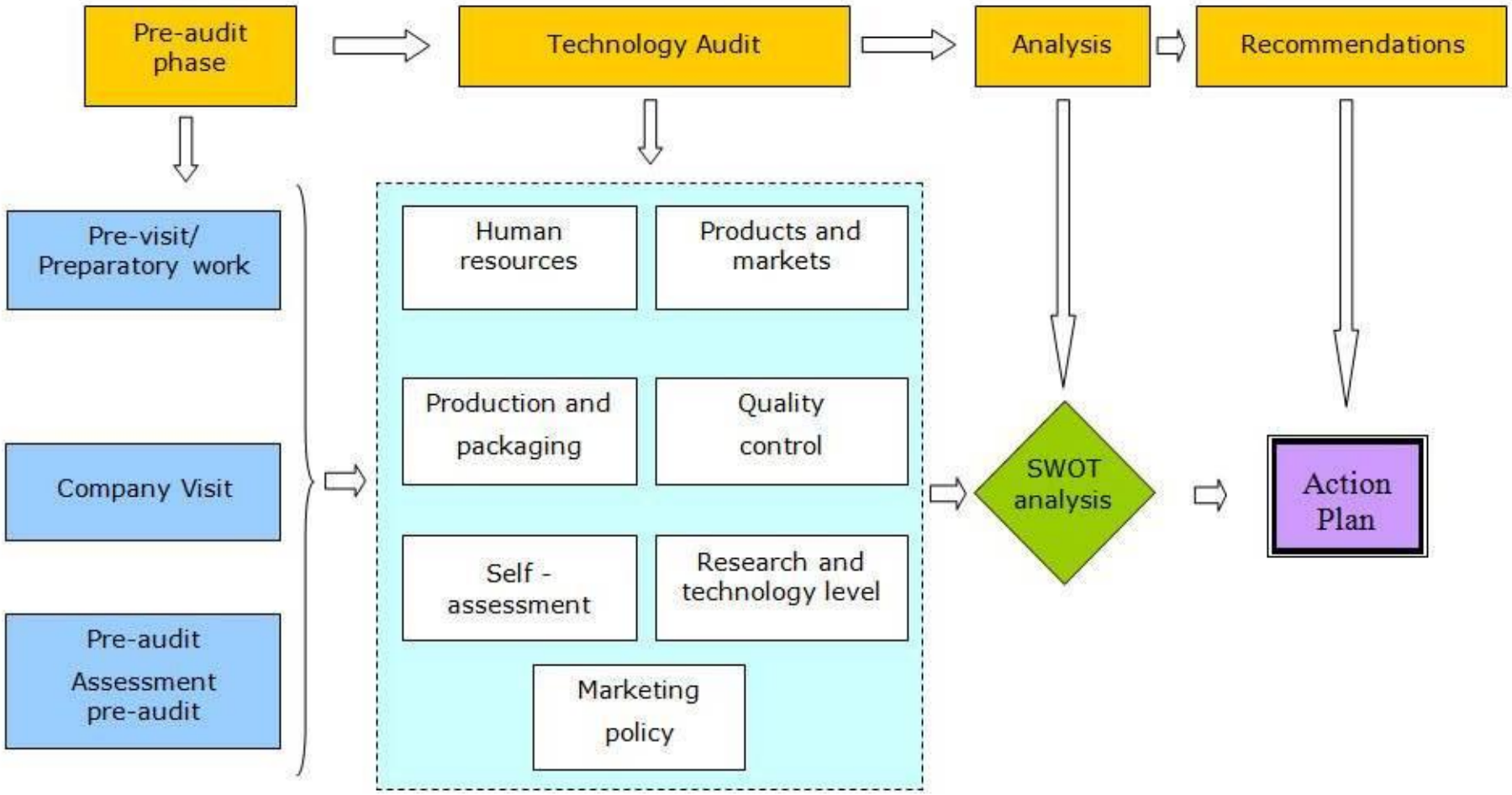


Fig.1. Structure of a Technology Audit

9. Beneficii

Beneficii pentru EEN: auditul ar trebui perceput ca un exercițiu, o metodă de identificare a companiilor cu care poate lucra EEN, care pot face afaceri la nivel internațional, care sunt deschise către inovare şi care vor deveni clienți.

Beneficii pentru Companie

- Dacă este de succes, beneficiul unui audit pentru o companie este clar. Aceasta va avea un plan de acțiune ce va duce la îmbunătățirea performanței, fie că planul de acțiune este implementat cu sprijinul rețelei EEN sau cu ajutorul unei alte organizații.

Beneficii (2)

- Un IMM poate efectua un AT pentru a:
  - Îmbunătăți productivitatea unor factori tehnologici;
  - Îmbunătăți competitivitatea în afaceri;
  - Invăța despre opțiunile companiei;
  - Învăța cum să optimizeze utilizarea unei tehnologii curente;
- Efectuarea unui AT nu implică în mod necesar succes pentru companie.
- De fapt, AT este o unealtă ce furnizează doar o structură în cadrul unei companii care îşi va putea îmbunătăți potentialul.

10. Audit / Audit Tehnologic

AT constă în două părți: chestionarul şi raportul TA.

Organigrama şi resursele umane

- Numărul de personal şi parcursul acestuia în ultimii ani.
- Daca un IMM are un departament de C&D, relevant pentru caracterul inovativ.
- Expertiză şi educație, numărul de angajați cu grad superior, structura de personal pe niveluri de vârstă, expertiza acestora în domeniul profesional.

Produse şi piețe

- Produsele dezvoltate, partea lor în alcătuirea cifrei de afaceri a companiei, examinarea capacității de dezvoltare a noului produs, flexibilitatea IMM-ului.
- Lanțul de distribuție, în special clienții şi furnizorii importanți.

Producția şi prezentare

- Capacitatea de producție şi timpul inactiv al maşinii;
- Creşterea/descreşterea capacității de producție în ultimii ani;
- Nivel de automatizare (e.g. manual, semi-automat, complet automat);
- Standarde ale echipamentului folosit.

Auto-evaluare

În acest punct, reprezentanților companiei auditate li se cere să completeze o grilă specială de evaluare, cu grade scăzut- mediu-înalt, opinia acestora în legătură cu poziția companiei în comparație cu competiția, şi ținând cont de:

- Adaptarea la dezvoltarea tehnologică;
- Instrumente interne de audit tehnologic;
- Utilizarea unor noi tehnologii şi echipamente;
- Dezvoltarea unor noi (tehnologice) produse avansate;
- Acces la surse de avansare tehnologică.

enterprise europe network
Servicii de consultanță la dispoziția întreprinderii dumneavoastră
ro4europe

11. Analiza SWOT

După reîntoarcerea la sediu, auditorul analizează chestionarul care a fost completat împreună cu reprezentantul companiei şi, pe baza informațiilor adunate, începe să alcătuiască analiza SWOT.

Aceasta este o metodă strategică de planificare folosită pentru a evalua Punctele Forte (S), Punctele Slabe (W), Oportunitățile (O) şi Amenințările (T) din companie, proiecte sau afaceri de risc.

Analiza SWOT este alcătuită pentru a evidenția punctele forte şi punctele slabe (origine internă) cât şi oportunitățile şi amenințările (origine externă) ale companiei.

Punctele forte şi oportunitățile sunt utile în atingerea obiectivelor companiei, punctele slabe şi amenințările sunt dăunătoare.

Analiza SWOT trebuie completată în bold, legată de competiție iar cele 4 elemente trebuie clar definite.

Prin analiza SWOT, compania ar putea afla unde este astăzi şi unde ar putea fi în viitor.

Planul de acțiune

Planul de Acțiune reprezintă raportul final al AT, şi conține următoarele elemente:

- Rezumat al companiei şi al activităților acesteia;
- Rezumat al sectoarelor şi pieței;
- Identificarea Punctelor forte, Punctelor slabe, Oportunităților şi Amenințărilor;
- Soluții pentru rezolvarea problemelor întâlnite;
- Sugestii pentru exploatarea punctelor forte şi oportunităților companiei.

Mai mult, Planul de Acțiune trebuie să aibă:

- Un cadru de timp; date limită clare pentru îndeplinirea soluțiilor propuse;
- Un buget estimat pentru îndeplinirea soluțiilor propuse;
- O listă cu deliverabilele aşteptate;
- Identificarea unor potențiale probleme.
- Planul de Acțiune trebuie să fie un set concret de recomandări ce duc la capacitatea de îmbunătățire a companiei.

Rezultate aşteptate/ beneficiile unui audit pentru companie

Rezultatele aşteptate ale unui audit efectuat în mod clar implică:

- O analiză completă şi comprehensivă cât şi o evaluare a cerințelor companiei pentru o creştere sustenabilă;
- O analiză SWOT corectă şi imparțială;
- Un Plan de acțiune minuțios ce conține o analiză completă şi comprehensivă cât şi evaluarea punctelor unde o atenție deosebită sau acțiune imediată este necesară şi cum aceasta trebuie îndeplinită;
- Oportunitate pentru noi produse / noi servicii / noi tehnologii / noi piețe;
- Relaționare cu furnizorii, sursele tehnologice, alte companii;
- Evaluarea portfoliului tehnologic / DPI, bază pentru proiecte viitoare;
- Posibilă investigare, identificare a unor potențiale mecanisme de finanțare.

Timpul necesar pentru un audit

Stadiu	Activități	Timp
Stadiu Pre-audit	**Muncă de pregătire** -Pregătirea unui chestionar; Cercetarea companiei **Vizită la companie şi evaluare pre-audit**	2 zile 1 zi
Instrument AT	Completarea chestionarului în legătură cu: -Organigrama şi resursele umane -Produse şi piețe, nivel tehnologic -Politica de marketing -Control al calității; auto-evaluare	1-2 zile
Analiză SWOT	Identificarea punctelor forte, punctelor slabe, oportunităților şi amenințărilor pentru companie	1-2 zile
Plan de acțiune	- Rezumat al companiei şi al activităților acesteia; - Rezumat al sectoarelor şi piețelor; -Identificarea Punctelor forte, Punctelor slabe, Oportunităților şi Amenințărilor; - Soluții pentru rezolvarea problemelor întâlnite; - Sugestii pentru exploatarea Punctelor forte şi Oportunităților	2-3 zile
	Timp total petrecut la un AT	**7-10 zile**

Lucrul cu un IMM local

- Atragerea noilor clienți,
- Dificultăți şi metode de a le depăşi,
- Motivarea IMM-urilor.

Identificarea clientilor potentiali

- Baze de date organizate pe grupuri tematice/domenii de activitate
- Evenimente (workshop-uri dedicate, simpozioane, conferințe)
- Comunicare, newslettere (grupuri tematice generale şi dedicate)
- Parteneriate institutionale (Mass Media, ADR, UIP, Asociații Profesionale, Camere de Comerț, Autorități Locale / Regionale, Universități, Entități de Cercetare, Banci, etc)
- Centre de Afaceri, Incubatoare, Parcuri industriale/Tehnologice, Clustere
- Clienți ai clienților, prezentarea de bune practici, soluții clare, vizite, pentru a înțelege nevoile
- Referințe / servicii bune,
- Web site, schimb de bannere între parteneri
- Vinderea conceptului de EEN direct la companie şi începerea procesului de transformare a contactului în client.

… de cele mai multe ori rezultatele va recomanda

Dificultăți şi metode de a le depăşi

Companiile tind să ignore majoritatea sprijinului şi asistenței oferite deoarece nu au deplină încredere că promisiunile vor fi îndeplinite. Multe companii nu vor sfaturi ci ajutor.

Multe organizații suport

- Promit prea mult şi nu-şi pot ține promisiunile. Personalul dvs. trebuie să fie realist. Trebuie să fiți conştienți de limitele serviciilor şi să le prezentați şi companiei.
- Încearcă să potrivească clientul cu produsul pentru a-şi atinge scopul. Scopurile sunt importante, totuşi ele pot fi îndeplinite dacă EEN oferă servicii ce sunt utile companiei.
- Recrutează companii pentru a-şi îndeplini un anumit scop şi apoi abandonează companie. Se estimează că se necesită de 7 ori mai mult timp să se găsească noi clienți decât să se păstreze cei existenți. Trebuie arătat că sunteți interesați în dezvoltarea unei relații pe termen lung.
- Compania trebuie să aibă capacitatea de a face afaceri, de a produce sau de a adopta noi tehnologii cat şi abilitatea de a fi inovativă.

Motivarea IMM-urilor

- Promovarea la nivel internațional a propriei imagini, produse, servicii, tehnologii.
- Valoare adăugată rețelei EEN cu 600 centre în 40 țări.
- Este cea mai mare rețea de afaceri şi de export import de tehnologie din lume.
- Oferă servici suport gratuite ce ajută companiile să-şi exporte afacerea / tehnologiile inovative.
- Serviciul este rapid, profilele de afaceri/ tehnologie sunt trimise în rețea în 24 de ore de la data înregistrării lor.
- Alte servicii pot fi oferite incluzând evenimente de brokeraj, misiuni.
- Plan de acțiune ce duce la îmbunătățirea performanței, fie că planul de acțiune este implementat cu ajutorul rețelei EEN sau a unei alte organizații.

Motivarea IMM-urilor (2)

- Venit pentru organizațiile bazate pe tehnologie (e.g. Întreprinderi bazate pe tehnologie, centre de cercetare, institute) din tehnologia proprie;
- Îmbunătățirea productivității factorilor tehnologici;
- Consultare pentru fonduri, inclusiv pentru inovare
- Îmbunătățirea competitivității în afaceri; performanța companiei
- Învățarea optimizării utilizării afacerii / tehnologiei curente;
- Învățarea despre opțiunile companiei în afacere/tehnologie;
- Verificarea stării tehnologice contra criteriilor tehnologice şi emiterea de recomandări.

enterprise europe network
Servicii de consultanță la dispoziția întreprinderii dumneavoastră
ro4europe

Scopul Ro4Europe

Promovarea Afacerii, Competitivitatii si Inovarii

Accesul la toate informatiile necesare dezvoltarii propriilor afaceri si gasirea partenerilor corespunzatori

intreaga activitate se bazeaza pe

Dreptul de Proprietate Intelectuala

enterprise europe network

Servicii de consultanță la dispoziția întreprinderii dumneavoastră

ro4europe

Transfer tehnologic transnational

- Ce este
- Pasi in realizare
- Povesti de succes
- Brokerage de tehnologii

Ce este transferul tehnologic ?

- Relatia intre inovatori si aplicanti care duce la realizarea sau dezvoltarea de noi produse, tehnologii, sisteme;
- Schimbul proprietatii intelectuale legate de o tehnologie sau know-how cu acordul producatorului;
- Aplicarea sau adaptarea cu succes a unei tehnologii dezvoltate intr-o unitate astfel incat sa corespunda cerintelor mai multor unitati;
- Preluarea de tehnologie, know-how sau experienta de la o unitate catre alta, de la un sector industrial catre altul, de la cercetare catre piata ca element de inovatie (nu pura comercializare);
- Transferul tehnologic transnational are loc dintr-o tara catre alta;

Pasi necesari in transfer tehnologic transnational

Pas 1 — **Contact de Marketing**
- Vizita companiei
- Audit (tehnologic)

Pas 2 — **Identificarea profilului tehnologic**
- Necesitati tehnologice- TR
- Oferte tehnologice- TO

Pas 3 — **Gasirea partenerilor Europeni**
- Prin Reteaua EEN
- Prin evenimente tip Brokeraje
- participare la misiuni economice

Pas 4 — **Oferirea de suport, consultanta**
- Consultanta, surse de finantare a inovarii
- Consultanta, informare si orientare IPR

Pas 5 — **Asistenta in negocierea contractului de TTT**

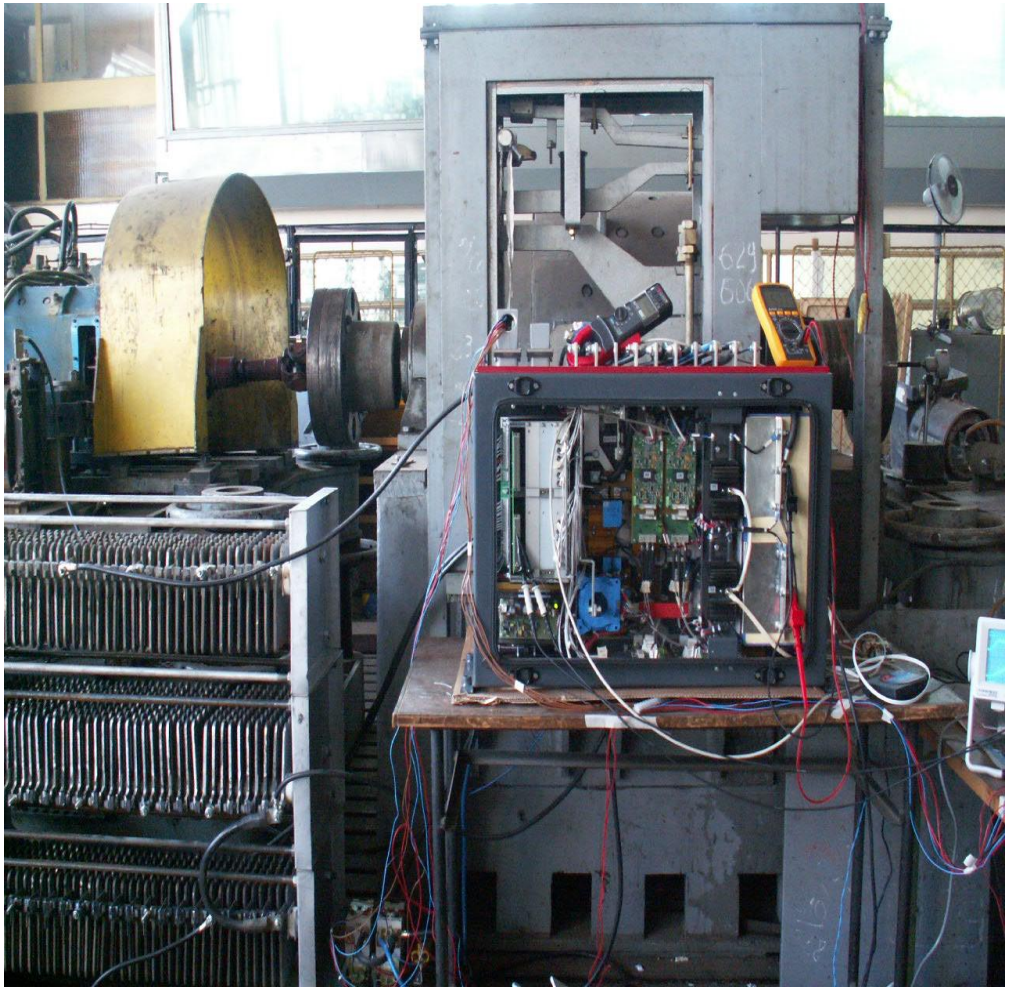
Aveti o idee? O tehnologie noua sau know-how? Sau doriti o noua tehnologie?
Doriti sa produceti cu aceasta tehnologie in alta tara, in unitatea Dvs, in

Transfer tehnologic transnational – Povesti de succes - SC INDA ELTRAC SA

- La inceput: 4 persoane / resurse financiare limitate
- Servicii realizate: consultanta pentru atragere finantari prin proiecte, asociere pe produs si afacere / consultanta transfer technologic, acces la infrastructura de comunicatii, participare la evenimente nationale si internationale (inclusiv TIB), consultanta certificare ISO 9001.
- Rezultate:
  - Cifra de afaceri: 3,4 mil Euro / 56 persoane
  - Cladire proprie, parteneriat strategic, exporta in Austria
  - Importanta participare la modernizarea tramvaielor de la Viena cu partener extern

Poveste de succes in Romania

- Modernizarea vehiculelor de transport public urban cu tractiune electrica pe baza unui sistem integrat cu chopper
- Dezvoltator: IPA Craiova
- Aplicant: INDAEltrac
- Beneficiar: RAT Craiova, Viena
- Tipul acordului: Acord tehnologic



Poveste de succes Italia – Romania
Brescia-Craiova

- E-ticketing transfer knowledge
- Dezvoltator: Brescia Mobilita
- Beneficiar: RAT Craiova

Poveste de succes UK - Romania

- Sistem de comanda de la sol, fara fir, a podurilor rulante.
- Dezvoltator: SC IPA SA CIFATT Craiova
- Partener: Radiometrix UK
- Tipul acordului: Acord comercial cu asistenta tehnica
- Prin aplicare se reduce substantial consumul de energie electrica

Poveste de succes in Germania

Instalatie modulata pentru obtinerea produselor apicole ecologice si dezvoltarea albinelor – Stup Piramidal
(Brevet nr. 119919 B1)

Dezvoltator: EcoCerDez Romania

Beneficiarul: ApisPro GmbH Germania-firma de apicultura

Acord : Co-operare Tehnologica

Poveste de succes in Olanda

Proces pentru obtinerea complexului calciu-bor-fructoza pentru plante si nutritia animalelor

Dezvoltator: Natural Research Romania, medalie de aur Geneva, Moscova si Varsovia, medalie de bronz Kuweit,

Beneficiar: G.Geerling & Zonen , Olanda

Tip de colaborare: Acord comercial cu asistenta tehnica

Firma germana de sisteme solare dorind sa isi extinda afacerea, accede pe piata din Italia si Austria

- Josef Mittermeier, fondator şi director executiv al JMS Solar Handel GmbH, un grup de firme fondate in Bavaria, in domeniul sistemelor solare bazate pe celule fotovoltaice, a dorit sa-si extinda afacerea la nivel international.
- Compania Mittermeier, un angrosist de specialitate şi de instalare a sistemelor fotovoltaice, a fost ajutat de catre Reteaua Enterprise Europe Network cu scopul de a participa la Klimahouse 2008, un târg internațional de construcții pe eficiență energetică din Bolzano, Italia.
- Josef Mittermeier si-a realizat un profil al afacerii, o descriere in care a prezentat avantajele firmei, a participat la Brokerajul pe tema dezvoltarii unei afaceri si a gasit partenerii cu care a negociat si si-a dezvoltat parteneriat de afaceri in Italia si Austria.
- Compania Mittermeier a devenit o companie multinationala prospera.

Afacere bazata pe cercetare si proiectare asistata a potentialului fotovoltaic

- S-a pornit de la o idee de identificare a cladirilor ce pot fi cu usurinta alimentate de la soare, cu potential de autonomie energetica si termica.
- Prin promovare in Retea, un antreprenor austriac a preluat-o pentru a efectua analize solare pentru noii clienti si a prezentat-o cercetatorilor de la Universitatea de Ştiințe Aplicate din Osnabrück care au dezvoltat o metodă asistată de calculator pentru detectarea clădirilor cu potential energetic solar. Proiectul "Sun – AREA" calculează potențialul energiei solare pentru fiecare acoperiş într-o anumită zonă. Este susținută de Fondurile Structurale ale UE/ cercetare.
- In 2 luni de la publicarea TO, a fost primita o expresie de interes de la un client austriac a carui companie Graz-based SME Grintec GmbH este preocupata de elaborarea solutiilor software pentru alimentarea cu energie a cladirilor si telecomunicatii.
- In iunie 2009, a fost semnat un acord de colaborare intre cele doua parti. Grintec pregăteşte în prezent hărți solare pentru Tirolul de Sud, Italia şi regiuni austriece, ceea ce creeaza premisele unor viitoare investitii in sistemele fotovoltaice.

Poveste de succes in Italia si UK

Supermarket prin sisteme si tehnologii informatice e-commerce

Dezvoltator: Consortiu UK: MRA Ltd, TextileTraining Ltd, UK

Consortiu Romania: ARIES, IPA Craiova &

Universitatea din Craiova

Beneficiar: SC ITAM SRL – firma romano-italiana sediul in Incubatorul de afaceri IPA CIFATT Craiova

Servicii oferite: sustinere in realizarea firmei, consultanta pentru depunere proiect start-up – Fonduri structurale, POSCCE, realizare plan de afaceri & acordare asistenta tehnica in realizarea cererii de finantare, oferirea solutiei tehnice, dezvoltate in parteneriat cu consortiul UK prin proiectul EUREKA, care sa stea la baza dezvoltarii Sistemului comercial inovativ.

TTT - Alte povesti de succes

Export de tehnologii:

Italia:

1. Solutii informatice pentru administratii publice
2. Program pentru administratia hotelurilor
3. Aplicatii software pentru info-chiosc
4. Sistem e-commerce de vanzare pentru optimizarea lanturile de producatori care livreaza produse la cerere
5. Management e-proiect

Germania:

1. Dezvoltarea unui instrument software bazat pe XML ce identifica si afiseaza elemente grafice

Spania:

1. Sisteme de filtrare a apei “la cheie” pentru statiunile turistice

UK:

1. Exploatarea rezultatelor sistemului software de e-commerce cu facilitati de legaturi directe producatori-utilizatori finali

Import de tehnologii:

UK:

- Dezvoltarea unui sistem de telecomanda pentru podurile rulante

Israel:

- Tehnologie pentru realizarea hidro-izolatiilor enterioare si interioare ale cladirilor, subsoluri si cladiri speciale cu aplicarea produselor prin pulverizare la rece

Germania:

- Noi tehnologii pentru stabilizarea versantilor si reabilitarea terenurilor

Evenimente, brokerage, misiuni economice

Misiuni economice si parteneriate de afaceri pentru firmele interesate in schimburi comerciale, parteneriate de afaceri, identificare tehnologii

Brokerage, matching, pentru firmele interesate in transfer tehnologic si de cunostinte

Brokeragele se organizeaza de regula in paralel cu targuri, expozitii tematice, conferinte, simpozioane.

Pe baza de profile, TO se realizeaza matching si se programeaza intalnirile

La sfarsitul evenimentului si in primele saptamani dupa eveniment se colecteaza date pentru follow-up.

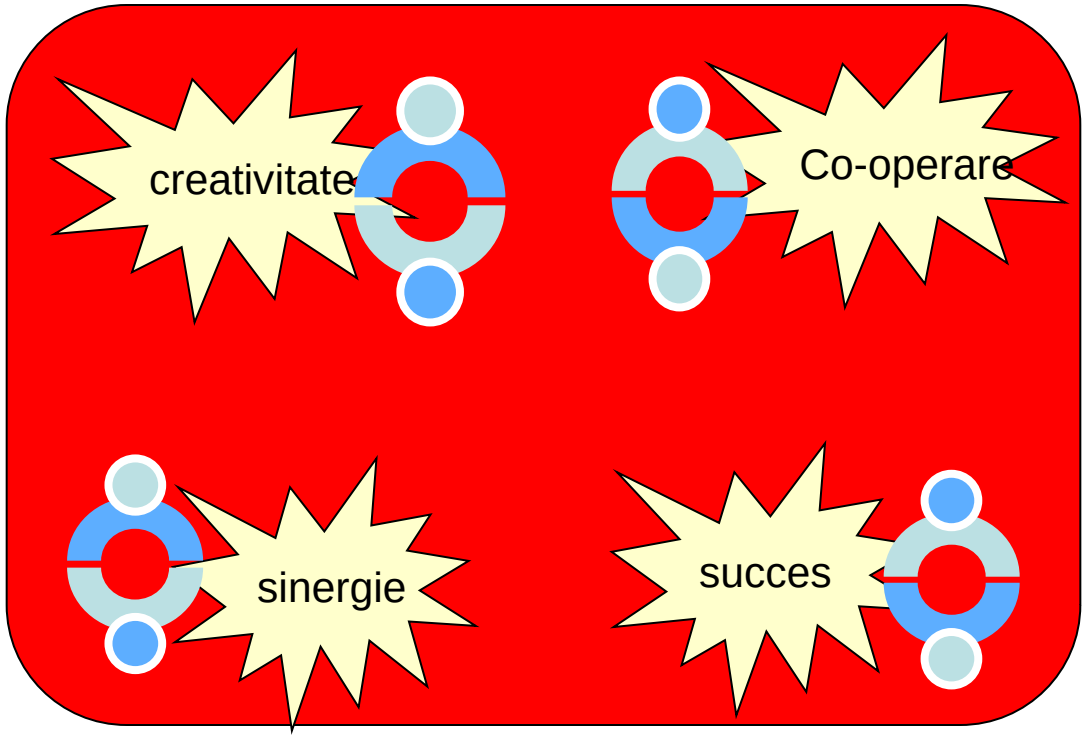
Pe baza intereselor specifice ale clientilor, sprijinim gasirea celor mai potriviti parteneri potentiali si realizam contacte cu acestia : stabilim intalniri pe baza unor agende prestabilite, ne ocupam de logistica, asiguram asistenta pentru pregatirea deplasarii la evenimentul de afaceri vizat, asiguram asistenta in timpul intalnirilor, oferim sprijin pentru incheierea de parteneriate.

Evenimente de brokerage in beneficiul clientilor

Cum sa organizam un brokerage - B2B Matching

Ce este un eveniment de brokerage?
Cine sunt participantii?
Cine sunt organizatorii?
Cine sunt co-organizatorii?
Cum este organizat?
Cum este pregatit in detaliu?
Cum este finantat?

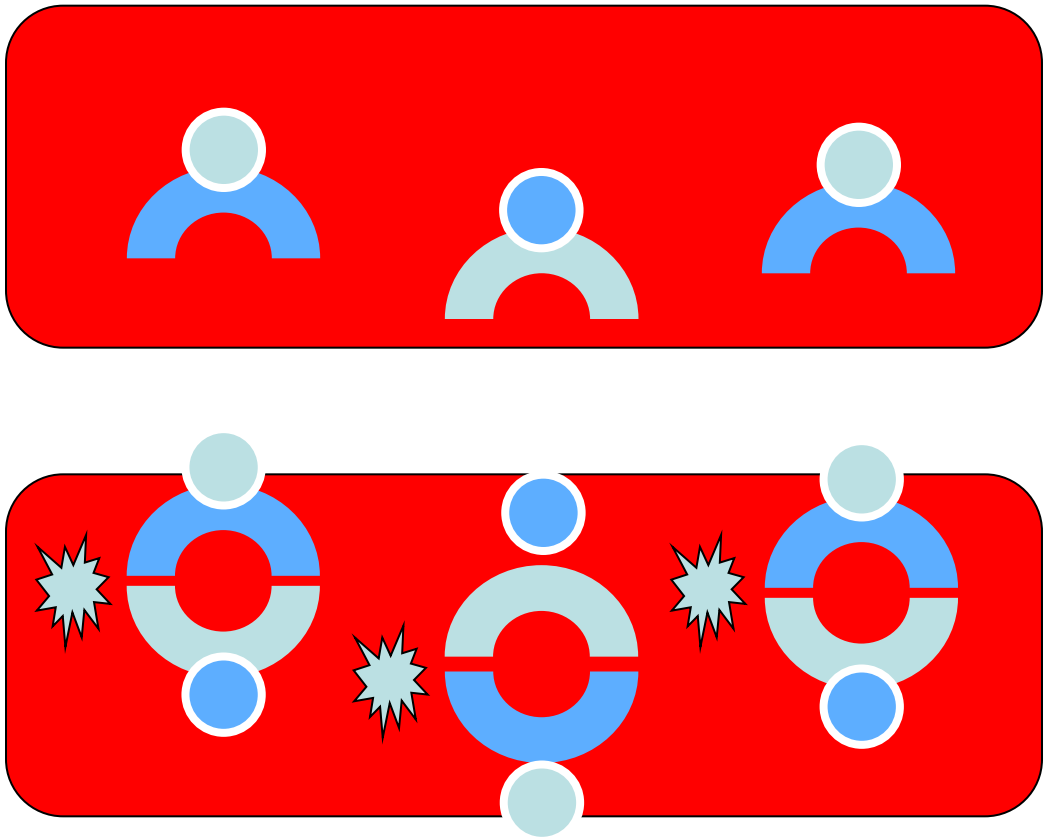
B2B Matching
- dezvolta creativitate, competitivitate
- genereaza contacte
- faciliteaza co-operari
- genereaza succese



Obiective

Cum sa organizam un brokerage - B2B Matching

Este obiectivul Dvs de a aduce companii impreuna



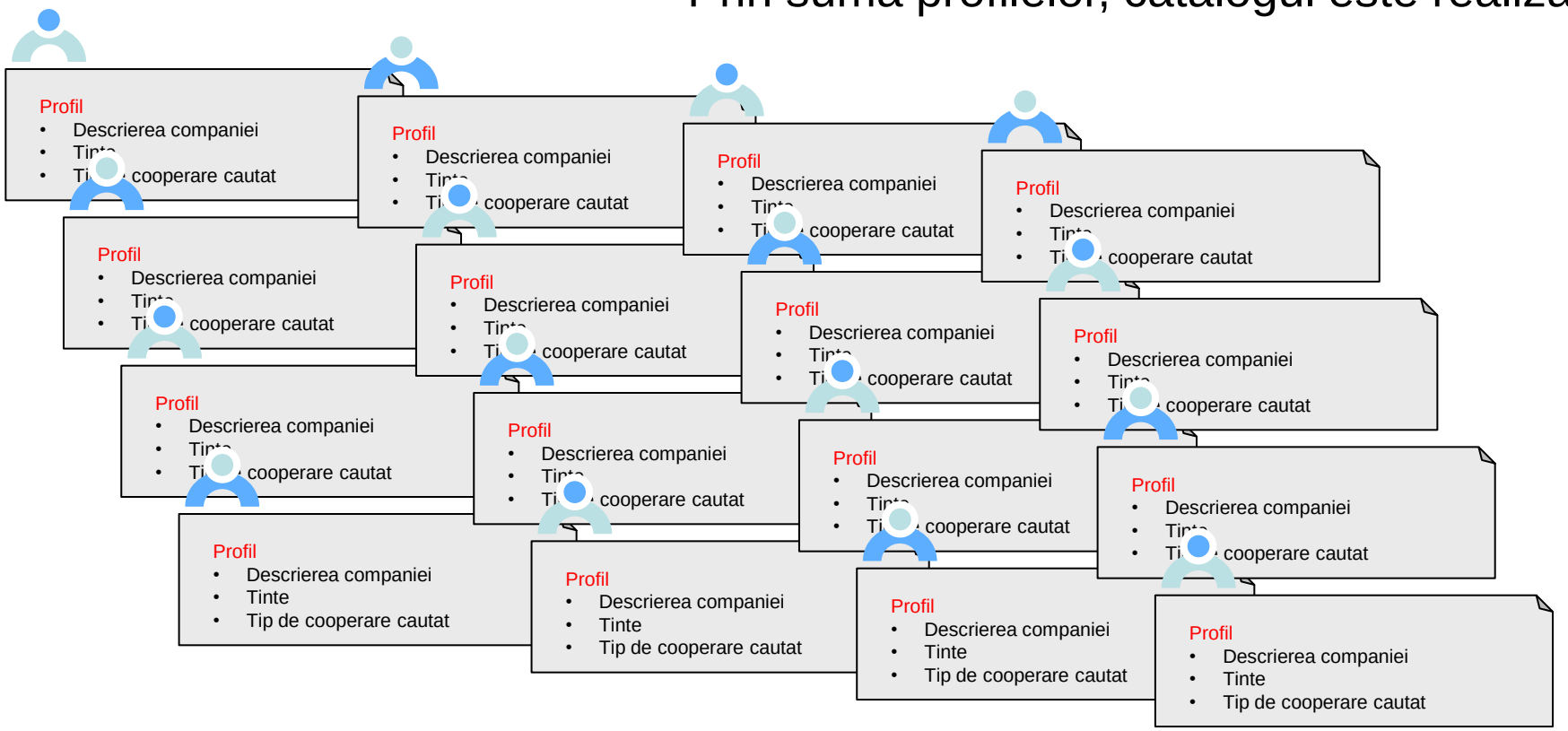
pentru a discuta cum sa genereze creativitate, si sa dezvolte noi afaceri

Fiecare participant trebuie sa depuna un profil

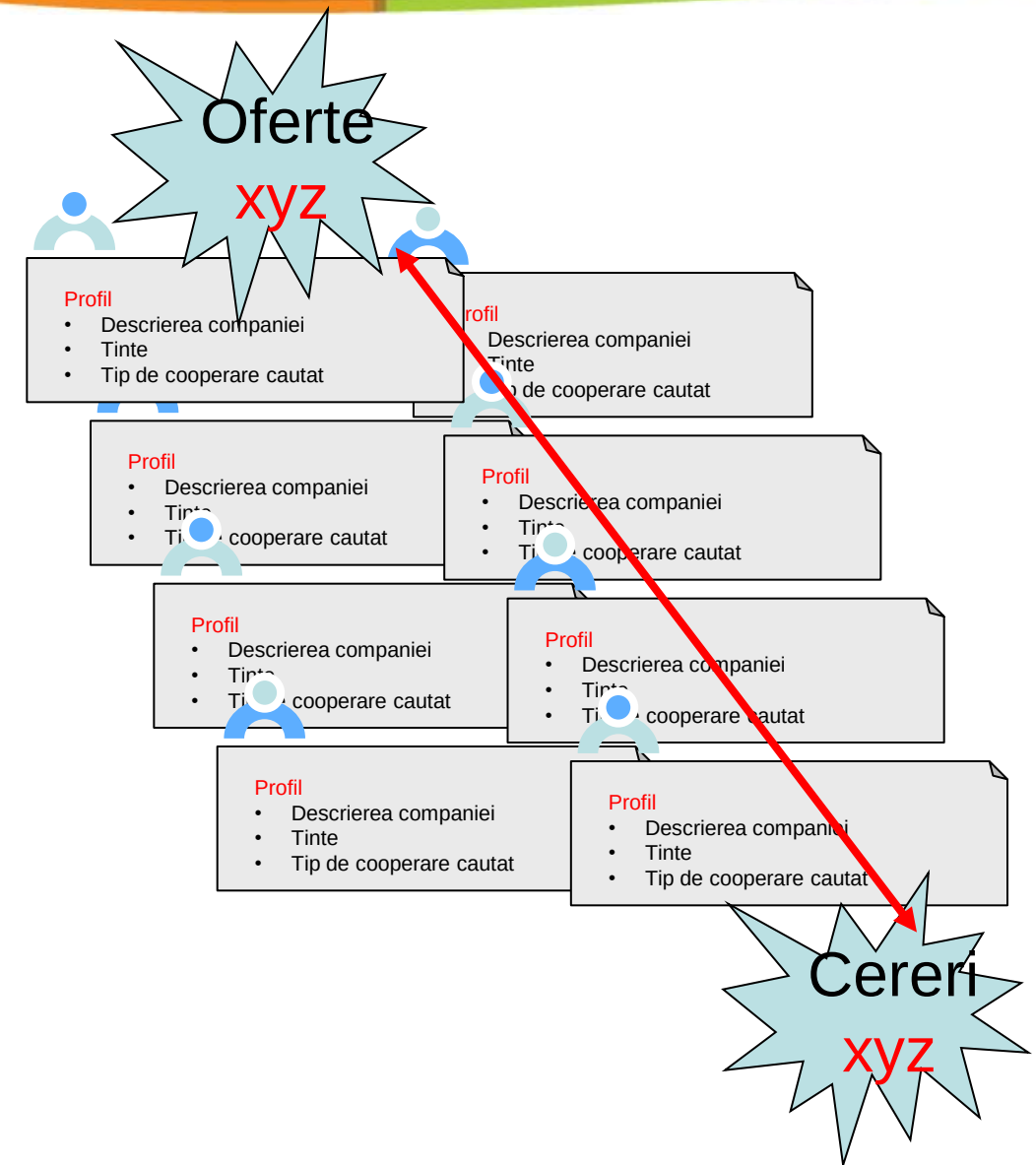
Profil:

- Descrierea companiei
- Tinte
- Tip de cooperarare cautat

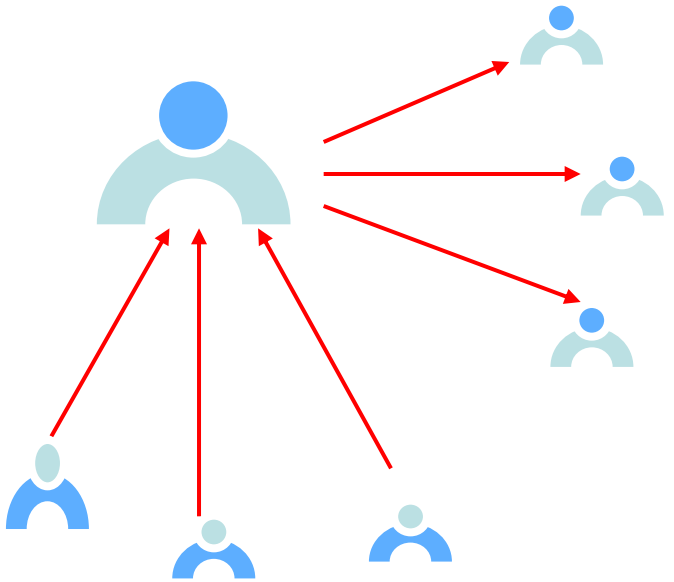
Prin suma profilelor, catalogul este realizat



Putem face matching, sa asociem parteneri de discutii folosind catalogul

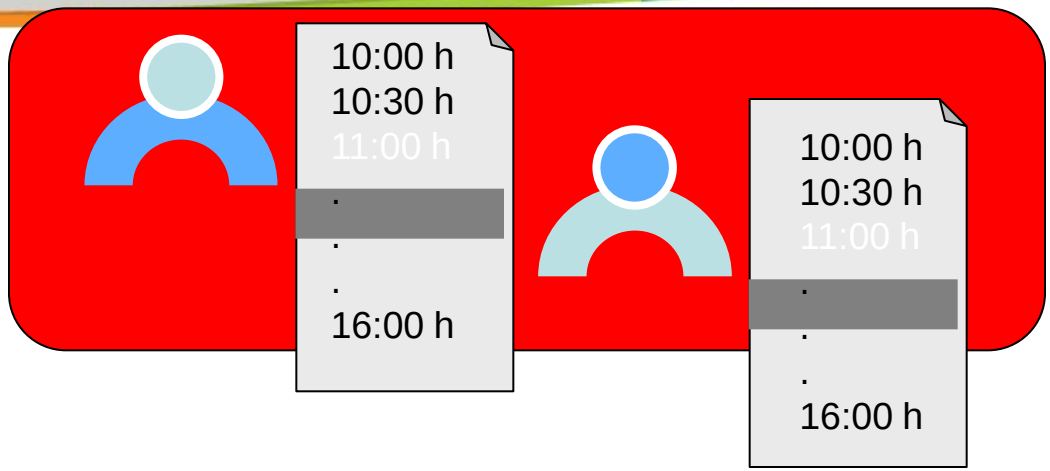


Compania selecteaza parteneri de discutii



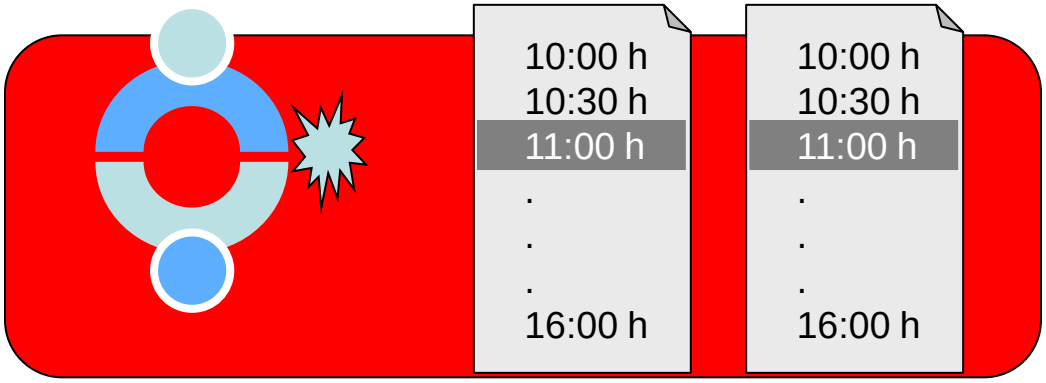
Sau poate fi selectata ca partener de discutii

Fiecare participant primeste agenda sa de intalniri cu un calendar de timp



Astfel incat sa fie capabil sa se pregateasca individual.

Organizatorii vor indruma partenerii pentru prima lor intalnire



Optimizarea Evenimentelor de Brokeraj in Beneficiul Clientilor - Rezumat

- Obiectiv: Sa se obtina contracte de parteneriat sau transfer de know-how sau schimb de informatiii pretioase prin punerea in contact a unor potentiali parteneri intr-un cadru inovativ.
- Probleme intalnite
  - Participare per ansamblu mai scazuta de cat se astepta
  - Catalogul online este completat aproape de termenul limita
  - Intalniri nepotrivite
  - Oferta satisface oferta
  - Companiile isi anuleaza participarea/ Nu apar
  - Companiile sunt reprezentate de catre partenerii din retea
- Abordari pentru a depasi problemele
- Concluzii

Abordarea 1: METTTES (INNOV7)

Transfer Tehnologic Transnational mai Eficient in Sector Grup de Mediu

•O cerere regionala de tehnologii pentru mediu, ex., legislatia UE a fost identificata

•Cererile rezultate de tehnologii individuale de catre jucatorii regionali au fost formulate si folosite pentru a forma o baza **atractiva** pentru evenimente de brokeraj.

•Se elimina cazurile in care oferta nu se potriveste.

•Necesita stimularea participarii, mareste potentialul de Acorduri de Parteneriat

Abordarea 2: Abordare timpurie

•Idee: Cautare cu scop individual pentru potentiali parteneri pentru profile straine trimise cu pana la 3 luni inainte de termenul limita al BE.

•EOI-urile anterioare rezulta in:

•O mai mica sansa de anulare

•Mai putine intalniri nepotrivite

•O mai mare participare datorita unui catalog bine completat ca si stimulent.

Abordarea 3: Optimizarea Intalnirilor Generale

- Targ international / Conferinta / «regiune de cerere» ce atrage IMM-urile.
- Vinderea evenimentului in retea: Atragerea de parteneri implicati, ex. via un Sector Grup.
- Asigurarea controlului calitatii in catalog
- Asistarea participantilor cu profilele.
- Pastrati timp pentru comunicare cu clientii si colegii.

Concluzii:

- In ciuda tuturor instrumentelor de IT, organizarea evenimentului de brokeraj este consumatoare de timp.
- Timpul salvat este dedicat in mod eficient pentru a sustine clientul.
- Utilizati Avantajul « Retelei »: parteneri dedicati ce asista la pregatirea, implementarea si la follow-up pentru un beneficiu in favoarea clientului.

Evenimente de Brokeraj; Sfaturi si Trucuri; Obiective

Realizarea unor acorduri de transfer tehnologic transnational prin atragerea directa a unor potentiali parteneri de cooperare in cadrul unui mediu inovativ

Valoare adaugata prin combinarea de

- Expozitii/targuri, seminarii sau conferinte
- Evenimente de brokeraj
- Asistenta si sprijin in retea.

Planificare; Cine va fi implicat?

- IMM-urile locale, cercetatori, centre de inovare si transfer tehnologic,
- Clustere, incubatoare, parcuri
- Parteneri in retea cu directii similare, parteneri Sector Grup
- Profile BBS relevante si diponibile.

Implicare!

Promovarea evenimentului de brokeraj in grupul tinta din regiune

O baza solida a profilelor locale este esentiala!

- Mail si marketing prin telefon *(Diferenta intre clientii noi si cei vechi)*
- Alcatuirea unui website local
- Promovarea in newslettere, Asociatii Profesionale
- Promovarea prin incubatoare, parcuri, clustere, parteneri institutionali
- Diseminarea unor brosuri la evenimente relevante, workshop-uri.

Promovarea evenimentului de brokeraj in Retea

- Anuntarea prin Conferinte relevante First Class
- Lista de Evenimente
- Cautare BBS pentru profile relevante
- Informatii legate de Sectoarele de Grupuri
- Acces direct la parteneri din retele individuale.

Este important sa fiti bine organizati

- Alcatuiti un program pentru pregatire
- Comunicati termenele limita si respectati-le
- Comunicati cu participantii
- Comunicati cu reteaua

Implementarea unui eveniment de brokeraj; Asistenta la site

- Inmanarea unor orare actualizate, informatii, ecusoane
- Ajutor pentru adunarea potentialilor parteneri
- Intalniri fixe de 30 min.
- „Match-making“-uri spontane
- Intalniri de monitorizare (statistici, follow-up)
- Remediere de situatii

Beneficii pentru participanti

- O selectie specifica a partenerilor de discutii
- Pregatire individuala; Contact personal
- Multe contacte internationale intr-o scurta perioada de timp
- Diseminare de profile prin retea
- Valoare adaugata daca este combinata cu o expozitie
- Sprijin follow-up de catre partenerii din retea.

Beneficiu pentru Centre de Tranfer Tehnologic

- Noi contacte
- Management de legatura cu clientul
- Evidentierea retelei catre clienti
- Oportunitate de a schimba idei
- Oportunitate de a inter-relationa cu colegii EEN
- Un numar mare de contacte directe generate

Follow-up: Adevarata munca incepe acum

- Diseminarea chestionarelor catre toti participantii
- Follow-up telefonic
- Follow-up in mod regulat
- Sprijin transfrontalier in comunicare / negociere
- Comunicarea intre partenerii si clientii retelei

-> Compilarea rezultatelor

-> Ce am invatat?

-> Obtinerea concluziilor si aplicarea lor

Modul de recrutare si convingere a participantilor la brokeraje internationale

- Asociatii profesionale, pe domenii de activitate
- Vizite la firme
- Evenimente conexe, workshop-uri, Saptamana IMM-urilor
- Prezentarea avantajelor, cazuri de succes
- Alegerea brokerajelor cu mult timp inainte
- Alegerea co-organizatorilor cu expertiza
- Activitate si lobby in “Sector Group”, colaborari cu alte EEN in diverse proiecte, conferinte, vizite, alte brokeraje
- Reciprocitate
- Reprezentarea firmelor, tehnologiilor

… rezultatele si bunele practici recomanda

Cum am format expertiza in timp

- IPA Craiova, infiintata in anul 1980 cu specific de cercetare-dezvoltare.
- 1991 – CIFATT Centru de Incubare, formare Antreprenoriala, Transfer Tehnologic
- 1992 – Incubator tehnologic si de afaceri, in 2004 Acreditarea cu nr 1/tara
- 1997 - Nod regional TTI - consultanta finantare proiecte UE;
- 2004 - IRC Innovation Relay Center pentru Romania
- 2004 – Multiplicator de informatie europeana
- 2006 – BSP – Business Support Provider, certificat “Investing in people” de catre un centru din UK
- 2006 – Initiaza Polul de Competitivitate pentru dezvoltare regionala prin TTI
- 2007 – initiaza ARoTT – Asociatia Romana pentru TTI
- 2008 – RO4Europe, partener Enterprise Europe Network
- 2008 – Vicepresedinte Comisia Nationala pentru Inovare
- 2008 – Consultant pentru Incubatorul de afaceri din Kladovo - Serbia
- 2009 – Polul devine transfrontalier, proiect evidentiat de Comisia Europeana ca reprezentativ pentru zona transfrontaliera Romania- Bulgaria
- A initiat peste 20 proiecte cross border devenind principalul actor regional

Membru Comitete de Program

- Enterprise Europe Network – Grupurile de lucru mediu si securitate
- IFAC - Federatia Internationala de Automatizari – membru Comitet tehnic
- Comitet de Program FP7 / IMM-uri, Cercetarea in folosul IMM-urilor
- Am initiat alaturi de MATIMOP Israel (EEN) programul Eureka Ro-Israel
- INNOVA - The Knowledge Intensive Services (KIS-IP), Expert Validation Platform (TAKE IT UP - EVP)
- Expert Program National INOVARE
- Membru Comisia 12 Manifestari Stiintifice
- Consiliul European Fonduri Structurale pentru domeniul ICT
- Adunarea generala a Platformei Tehnologice - Securitate industriala
- Miscarea Romana pentru Calitate – Presedinte Comitet Certificare
- Comisia judeteana Dolj privind Incluziunea Sociala

- …implicare in fenomenul inovarii, cercetarii, mediului de afaceri

Organizare Retea

- Comunicatia se face pe cale electronica (e-mail) si vizite la companii
- Organizare piramidala: nod regional, puncte municipale; institutionale, multiplicatori de informatii.
- Parteneri institutionali: OTIMMC, ADR, Camerele de Comert, Universitati, Centre de Cercetare, Asociatii Profesionale, Banci.
- Conectare la o baza de date organizata pe domenii de activitate cu 5500 utilizatori, retele din Europa, pentru diseminare informatii.
- Participam la Targuri si Expozitii, Simpozioane si Conferinte.
- Serviciile se asigura prin consultanta in sala, prin internet, cu ocazia evenimentelor.

Proiect ASSISTANT: Difuzarea serviciilor care sprijina capacitatea de inovare a IMM-urilor prin comunicare, intelegere si cooperare

Grant agreement EEN/INO ; Durata: 05-2010 - 05.2012

Implicare: Toate regiunile prin parteneri Enterprise Europe Network

Dorim sa aducem in contact doua grupuri majore din economia romaneasca: IMM-urile cu potential inovativ si furnizorii de servicii.

Proiectul ASSISTANT are doua obiective majore:

- Crearea unei platforme de dialog prin evenimente de tip “Open Doors Day” dedicata IMM-urilor si furnizorilor de servicii pentru IMM-uri, cu scopul de a obtine un schimb de informatii intre cele doua grupuri si de a initia o etapa de cooperare practica bazata pe cunoasterea directa a nevoilor IMM-urilor si a potentialului de acoperire a acestora de catre furnizorii de servicii.
- Consolidarea rolului retelei EEN si cresterea vizibilitatii acesteia in cele 4 macroregiuni din Romania.

Proiectul se va derula sub forma unor evenimente dedicate celor doua grupuri. Primul eveniment se va desfasura la nivel national si apoi va fi replicat la nivelul fiecarei macro-regiuni.

Impactul inovării pe piață

Actiuni suport ca servicii adresate IMM-urilor

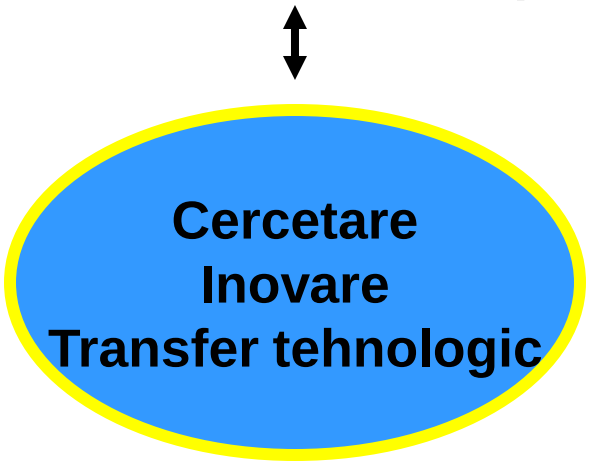
- Clustere
- Centre de afaceri

Orientare

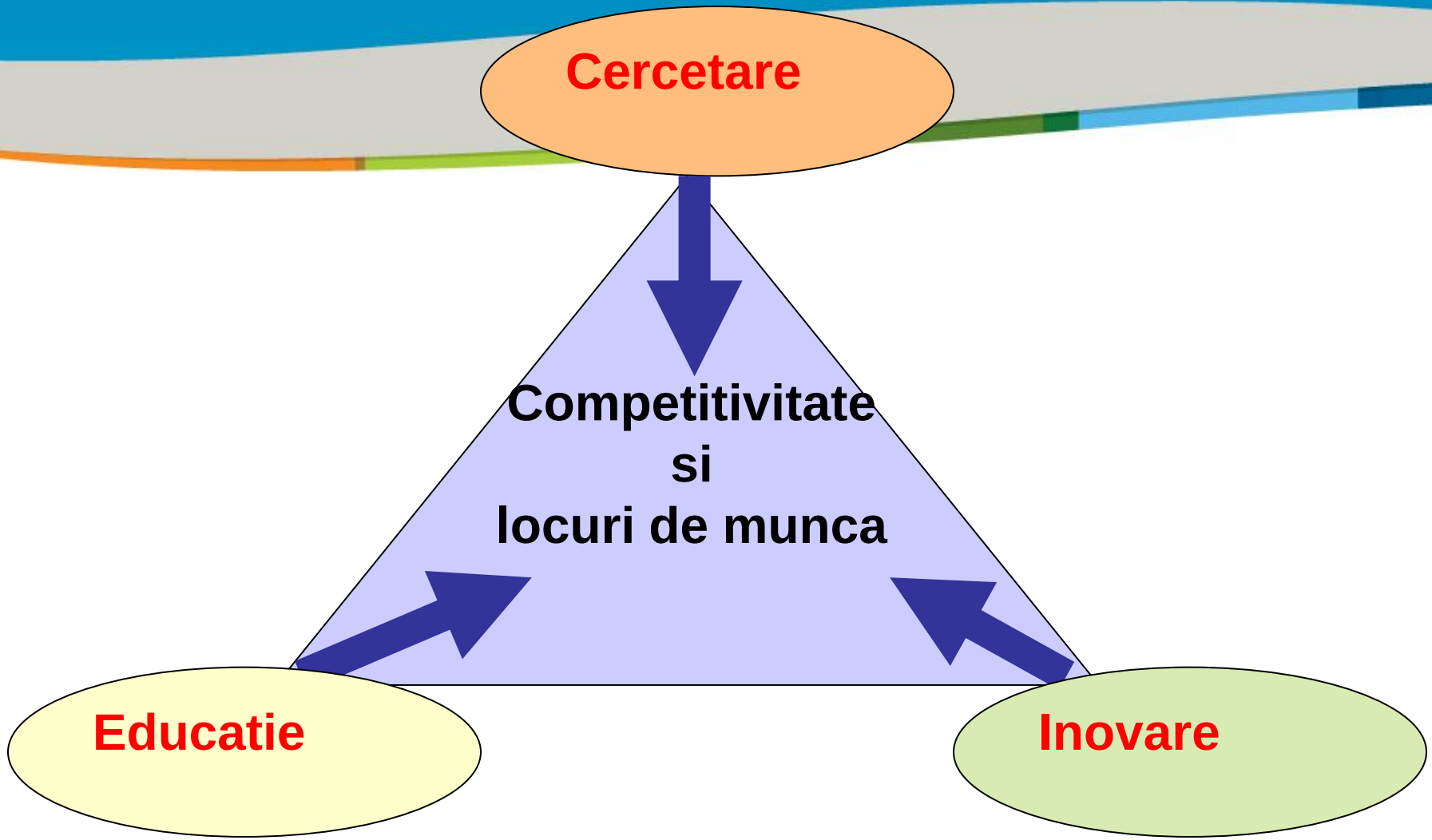
Inovarea = o strategie utilizata de firme pentru a imbunatati competitivitatea

Inovarea sa se regaseasca in produse si procese, servicii si tehnologii, politici regionale, organizare si promovare, inclusiv in marketing.

Cercetarea si inovarea indreptata spre Piata



Piata indreptata spre Cercetare si Inovare
ca mijloace pentru cresterea competitivitatii

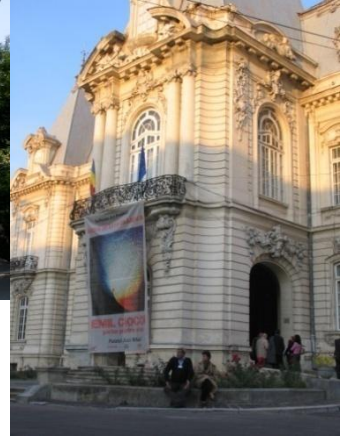


Cei 3 piloni pe care se bazeaza Strategia Lisabona;

pune accent pe sprijinirea unitatilor inovative care contribuie la cresterea economica si la infiintarea de noi locuri de munca.

CD –ul, ce contine

- Ghid de Proprietate Intelectuala
- Bibliografie Proprietate Intelectuala
- Ghid de Transfer Tehnologic
- Prezentare in ppt
- Anexa 1 si 2 Raport de vizita si Protocol cu IMM-ul vizitat



Vă mulțumesc pentru atenție

Contact:

Tel / Fax: +40 251 418 882; +40 251 412 290 ; +40 251 412 775

office@ipacv.ro ; www.ipacv.ro